

LAVORO

Giovani. Secondo l'«Employer of choice survey» i fattori per la scelta sono possibilità di carriera, ambiente e notorietà del brand

Chi cerca lavoro sogna motori e tlc

Lamborghini, Vodafone e Ferrari le tre aziende preferite dai neolaureati

Francesca Barbieri

Lamborghini, Vodafone e Ferrari: sono, in ordine, le tre aziende preferite dai giovani secondo l'Employer of Choice Survey 2013, indagine promossa su un campione di oltre 9 mila neolaureati e laureandi di 63 università italiane dalla Fondazione Emblemata, ente che si occupa di favorire il match tra formazione e imprese.

Trionfa l'azienda di sport di lusso con sede a Sant'Agata Bolognese, che vanta numerose partnership con scuole medie e superiori del territorio e ha di recente avviato progetti di alternanza scuola-lavoro e collaborazioni con diversi atenei, oltre ad aver inserito 300 giovani negli ultimi tre anni nel proprio organico.

Nella top ten anche big dell'energia, dell'alimentare e della finanza: al quarto posto Eni, seguita da Intesa, L'Oréal e Barilla. Chiudono P&G, Ferrero e Tetra Pak.

I ragazzi indicano ai primi posti nelle motivazioni che guidano la scelta del *best employer* la possibilità di crescita professionale, l'ambiente di lavoro e la notorietà del brand.

«Forse sull'onda dell'incertezza che la crisi ha portato nel mondo del lavoro - commenta Tommaso Aiello, Ceo di Fondazione Emblemata - diminuisce invece rispetto al passato la richiesta di stabilità contrattuale e l'importanza dell'ubicazione geografica: si è disposti, insomma, a "fare la valigia" e si ha coscienza che il posto fisso è ormai scomparso dal dizionario del lavoro moderno».

I laureati del campione - poco più che ventiquattrenni - dichiarano di cercare aziende che garantiscano possibilità di formazione continua (81%), in

un ambiente di lavoro piacevole, magari con orario flessibile (75%). Seguono la possibilità di fare carriera e conquistare un alto stipendio: obiettivi dichiarati da 7 laureati su 10.

Frenata invece la voglia di fare impresa: il 40% dichiara di aver accarezzato l'idea di mettersi in proprio, ma di non aver ancora trovato forme di finanziamento, e quasi la metà del 60% che dichiara di non prendere in considerazione il fare impresa, indica come motivazione l'assenza di credito.

La "generazione y" appare anche attenta rispetto alle com-

petenze da maturare: fondamentale la perfetta conoscenza delle lingue straniere - indicata come priorità dall'83,6% del campione - e la disponibilità a periodi di stage in azienda, durante i quali maturare esperienze dirette (75,5%).

I giovani sanno di doversi laureare in corso, possibilmente con un voto eccellente. Un intervistato su due ritiene che diano più chance di trovare lavoro le facoltà scientifiche e molti (45,3%) pensano di dover puntare su un master.

I social network - nonostante siano uno dei mezzi su cui molti capi del personale stanno puntando - non vengono invece ancora considerati dai ragazzi come un canale efficace per trovare informazioni sui potenziali datori di lavoro. Solo il 30,8% infatti ritiene di potervi trovare dati utili. Una fetta importante continua a credere nel passaparola classico e si fida delle informazioni che vengono da conoscenti che lavorano presso le aziende (59%) e la fetta più grande studia i siti aziendali e gli annunci di lavoro sul web (rispettivamente 65% e 76 per cento).

Fondazione Emblemata ha messo a punto anche una serie di ranking settoriali delle aziende dei sogni: nel settore moda si laurea *best employer* il colosso francese Lvmh, seguito da Diesel e Calzedonia.

Nella grande distribuzione si affermano L'Oréal, P&G e Decathlon; nella consulenza Capgemini, Altran e Kpmg. Nel settore chimico-farmaceutico al vertice troviamo Angelini, Johnson&Johnson e Bayer, mentre nella finanza Unicredit, Intesa e Bnl conquistano il podio.

L'INDAGINE

Questionario online

■ L'indagine è stata effettuata il 30 gennaio scorso, durante la «Virtual Fair» della Borsa del Placement, raccogliendo le preferenze espresse dai laureandi e neolaureati iscritti all'evento. Lo strumento utilizzato è stato il questionario online, messo a disposizione in un apposito padiglione virtuale

■ Il campione identificato è stato di 9.340 giovani provenienti da 63 atenei italiani, con età media di 24,2 anni e una media di esami del 27,4/30 e media del voto di laurea di 102,7/110.

■ Il canale privilegiato per la comunicazione e il coinvolgimento dei ragazzi su questa iniziativa è stato quello degli uffici placement di ateneo, che ogni anno contribuiscono all'orientamento dei neolaureati e a creare momenti di contatto e confronto con le aziende sul territorio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Imprese al top

I BEST EMPLOYER

Le aziende dove vorrebbero lavorare i neolaureati (e il trend rispetto al 2013)



I FATTORI CHIAVE

Motivo della scelta del best employer.

Valori in percentuale



I DRIVER

I valori che guidano i neolaureati nella scelta del futuro datore di lavoro (Possibili 3 risposte). Valori in %



Fonte: Emblema